Suplemento económico de
Página/12
Domingo 23 de enero de 1994
Año 4 - N° 196

CASH

¿TIENE FUTURO LA INDUSTRIA?

LA GRAN DISCUSION

Polemizan sobre la política industrial:

- Carlos Magariños, secretario del área
- Israel Mahler, ex titular de la Unión Industrial Argentina
- Enrique M. Martínez, ex subsecretario de PyME del gobierno anterior

Por Marcelo Zlotogwiazda

Tibiamente, y a medida que se agotaba el impulso inicial de la estabilidad sobre el nivel de actividad y que el atraso cambiario con apertura hacen estragos en varios sectores productivos, comienza a emerger un debate sobre la política industrial. Aunque en su momento Di Tella se enorgulleció de que el Gobierno no tuviera ninguna, nadie del equipo de Cavallo se atreve a suscribir esa provocativa idea. Lo que afirman los Mediterráneos es que a diferencia de las anteriores, ellos tienen una política industrial más racional, menos discriminatoria y menos discrecional. Y ponen como testimonio de éxito el crecimiento de los últimos tres años.

Si por un lado la disparidad a que dio lugar la instrumentación del Pacto Fiscal en cuanto a los sectores beneficiados pone en duda la neutralidad en materia industrial del programa en curso, por el otro Pablo Gerchunoff dijo en la última edición de CASH que "las rebajas de aportes y las desgravaciones no son una política industrial sino un salvataje a los sectores productivos". Además, opinó que no hubo crecimiento sino reactivación, y que en la industria directamente habría habido un retroceso: esto último lo fundamentó señalando que si bien la producción industrial aumentó, el valor agregado cayó debido al fuerte incremento en el uso de insumos importados.

En este número el secretario de Industria, Carlos Magariños, replica afirmando que sí hubo crecimiento industrial (aunque admite que fue regionalmente inequitativo y sectorialmente desequilibrado), y a la vez anticipa que cuando el Pacto Fiscal esté en pleno funcionamiento va a "trabajar con más intensidad" en crear regímenes especiales de promoción, que es un ingrediente de política industrial que, entre otros, Gerchunoff suele proponer con mucho énfasis.

En el suplemento anterior, el titular de la Unión Industrial Argentina, Jorge Blanco Villegas, declaró que "tuvimos que sacrificar al sector de bienes de capital para beneficio de todo el resto de la industria que ahora puede equiparse con importaciones más baratas". Las respuestas no se hicieron esperar: su antecesor en la central fabril, Israel Mahler, y el bordonista Enrique Mario Martínez, le salieron al cruce.

Como se ve, el debate está saliendo de vestuarios. Y en poco tiempo más ocupará el centro de la cancha.



Reportaje a Carlos Magariños, secretario de Industria

"EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA ES UNA REALIDAD INCONTRASTABLE"

Desde que Juan Schiaretti se volcó hacia la política, Carlos Magariños lo reemplazó en el cargo de secretario de Industria (Carlos Vido Kesman quedó al frente de Comercio Exterior). Aunque Magariños no tiene afiliación partidaria, el despacho que ocupaba el actual interventor de Santiago del Estero sigue luciendo un retrato de Evita, pero ahora también está adornado con un típico poncho del norte argentino que cuelga de una percha. "Es algo que me regalaron en uno de mis viajes por el interior en agradecimiento de nuestra política de crecimiento", dice riendo.

–Pablo Gerchunoff afirmó la semana pasada en un reportaje de CASH que este programa no generó crecimiento, y en particular que no generó crecimiento industrial.

–Cuando hace poco la Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo industrial realizó su conferencia anual nos pidió especialmente que fuera una delegación argentina para explicar qué fue lo que había pasado en materia industrial, porque los números le daban que la Argentina fue uno de los países que más había crecido en lo que va de la década. Entre el '90 y el '93 creció un 26,1 por ciento...

–¿Ese 26,1 por ciento es el crecimiento de qué variable?

–Del Producto Bruto Interno. Sólo nos superaron China y Malasia. Y en Valor Agregado manufacturero el crecimiento acumulado fue del 35,6, sólo superado por China...

–¿Cuál es la fuente?

–Forecast Consensus. Yo respeto todas las opiniones y obviamente acepto la relatividad de los datos, pero objetivamente, y además de que el '93 fue el tercer año consecutivo de crecimiento del PBI y del Producto Bruto Industrial nosotros logramos que la tendencia sea claramente ascendente. Es una realidad incontrastable. Claro que también tengo que admitir que ese crecimiento no provocó un estado de salud generalizado en todos los sectores y que tampoco fue equitativamente distribuido en todo el país. Sería una irresponsabilidad no admitirlo. El Gobierno, y especialmente la Secretaría de Industria, ha dicho que el proceso de crecimiento no fue equilibrado sectorialmente. Pero en alguna medida es razonable que esto haya ocurrido así porque no todos los sectores tienen la misma capacidad de competencia, ni las mismas ventajas comparativas, ni las mismas condiciones para adaptarse a la apertura.

–Gerchunoff también dice que de los 20 puntos del PBI a los que había llegado la tasa de inversión bruta, sólo 3 puntos fueron inversiones destinadas al sector de bienes transables internacionalmente.

–Toda la inversión que se haga, sea en transables o en servicios, aumenta la competitividad de los que exportan o están sujetos a la competencia importada. La competitividad de una empresa es algo sistémico, que también depende de todo lo que rodea a esa empresa. Las inversiones en energía, infraestructura y comunicaciones también mejoran la competitividad de la industria.

–Pero no hay duda de que el efecto de las inversiones telefónicas sobre el potencial exportador de un país se da por vía indirecta y es mucho menor al impacto que, por ejemplo, tendría una inversión en una planta fabril orientada a vender en el exterior.

–Sin ninguna duda. Lo que estoy diciendo es que no alcanza con grandes plantas industriales si no cuentan con un entorno adecuado.

DESPREOCUPACIONES

–Insisto. ¿No está preocupado por la escasa inversión en sectores transables internacionalmente?

–No. No creo que sea escasa, sino compatible con el actual proceso de apertura. La teoría clásica dice que cuando se abre la economía aparece una corriente inversora para poder soportar el ritmo competitivo. Pero eso ocurre cuando hay un mercado de capitales donde fondearse. Cuando no dispone de ese mercado, la mayor apertura conspira con ese ritmo. Acá el sector financiero muchas veces ni siquiera está capacitado para evaluar un proyecto de inversión.

–Lo lógico, entonces, sería que la banca pública cumpla un rol más activo para financiar inversiones productivas y para asistir a las PyMEs no sólo con préstamos sino también con asistencia técnica, ya que muchas PyMEs ni saben cómo hacer una presentación a un banco.

–Estoy de acuerdo con que la banca pública tiene que cumplir un rol aún más activo del que cumple hoy. Dije que la inversión es compatible con el nivel de apertura que hay, porque eso provocó una caída en el margen de utilidades ya que ahora nadie vende cualquier cosa a cualquier precio, y porque al mismo tiempo hay un alto nivel de ventas que circunscribe las inversiones hacia un mayor y mejor aprovechamiento de la capacidad instalada. Una vez que ese proceso se estabilice, empezarán a aparecer con nitidez cuáles son las actividades y nichos que merecen un mayor nivel de inversión.

–¿Tampoco está preocupado por el escaso dinamismo en las exportaciones industriales y la consecuencia de eso sobre la perspectiva del déficit comercial?

–A mí lo que me preocupa no es el actual déficit comercial, sino cuál es la tendencia. Y para trabajar sobre la tendencia el Gobierno por un lado está haciendo las reformas estructurales que le mejoran al empresario el contexto, y por el otro nos estamos ocupando de aquellos aspectos microeconómicos en los que el empresario tiene mucha responsabilidad. En este sentido creamos varios programas concretos para que aumenten las exportaciones industriales. Por ejemplo, en ocho meses de funcionamiento, el régimen de especialización (*N. de R.*: Las empresas que se comprometen a determinados objetivos de exportaciones incrementales pueden importar insumos o bienes finales con solo 2 por ciento de arancel.) aportó para 1993 exportaciones adicionales por 118 millones, y 422 millones para los próximos tres años.

–Convengamos que son montos muy chicos.

–Pero son casi todas empresas pequeñas y medianas localizadas, en su mayoría, en el interior del país. Es cierto que con esto no resolvemos el problema. Pero también convengamos que en tres años pasamos de la hiperinflación al Plan Brady y de la desarticulación social a una economía articulada en torno de un proceso de estabilización sobre la base del crecimiento de la actividad industrial.

–Más allá de algunas críticas y de aparentes deficiencias del Gobierno en controlar el cumplimiento, hay bastante consenso acerca de que el régimen automotor es exitoso. ¿Por qué no repiten el esquema en otros sectores?

–A su modo ha sido repetido en otros sectores. Los regímenes de especialización son lo mismo, salvo que no tienen la cupificación. Aunque también hay sectores que tienen cupos. Si uno combina las dos cosas, tiene el régimen automotor.

–Los sectores que tienen cupo no tienen régimen de especialización. El papel, por ejemplo.

–Pero podrían tenerlo. Un productor de papel cupificado bien puede presentar un régimen de especialización.

–¿Por qué dejarlo librado a las empresas, en lugar de propiciarlo desde el Estado?

–Porque no todos los sectores tienen la misma facilidad de control que en autos, donde hay pocas empresas. No obstante, no hay ninguna razón para no multiplicar regímenes especiales para otros sectores u otras regiones, siempre que esos regímenes sean transparentes en cuanto a los criterios de aplicación, que las medidas sean resarcibles si no se cumplen las metas, y que sean punibles las transgresiones. Ahí está la diferencia entre los países que aplicaron estas políticas especiales con éxito y los que, como nosotros en el pasado, lo aplicaron sin éxito.

PROMOCIONES

–¿Es decir que cabría esperar que este año aparezcan varios regímenes de este tipo?

–Lo que puedo decir es que una vez que el Pacto Fiscal esté funcionando a pleno (lo que nos garantiza que cual-

A. Elías

RESPUESTA A BLANCO VILLEGAS

(*Por Israel Mahler**) La producción de bienes de capital tiene en la Argentina una tradición casi centenaria. La primera cosechadora automotriz del ingeniero Druetta fue el modelo sobre el cual se basaron en el mundo para desarrollar la producción extensiva de cereales. Aquiler Merlini construía tornos mecánicos en la década del 30 y prensas mecánicas en los años 40, con las que la industria conservera de alimentos creció hasta desplazar totalmente la importación. No fue el modelo cerrado que el país tuvo que adoptar por las secuelas de la Segunda Guerra Mundial el que impulsó el desarrollo por sustitución de importaciones, sino que éstas se pudieron llevar a cabo gracias a que ya existía una incipiente tradición de ingeniería mecánica.

Esa tradición se fue consolidando a punto de facilitar la evolución tecnológica que ayudó a que prosperaran los grandes proyectos de infraestructura energética y de transportes a partir de los años 50. Por ejemplo, la Argentina accedió antes que nadie en América latina a los estándares de calidad requeridos por la industria nucleoeléctrica, porque tenía como respaldo una consolidada tradición de cultura mecánica.

Los vaivenes del país, fundamentalmente los gobiernos de facto, generaron incertidumbre y quebraron proyectos de inversión y expansión del sector, interrumpiendo un desarrollo ordenado mientras en el mundo se consolidaban las naciones industrializadas que priorizaban con estímulos no disimulados el fortalecimiento de la producción de bienes de capital. Mientras el país expulsaba conocimiento y mano de obra calificada, íbamos cediendo nuestro pequeño mercado interno a través de equivocadas políticas oportunistas de importación sustitutiva. Corrientes del pensamiento vernáculo con buena capacidad de difusión censuraban con éxito el sacrilegio de haber desarrollado la industria en una economía cerrada.

Muy poco espacio suele ocupar la opinión de quienes se arriesgan a señalar los daños de la importación indiscriminada en un mercado empequeñecido por ese mismo motivo, que deja de lado capital nacional invertido y capaz de producir, lo mismo que mano de obra y conocimiento.

Como estímulo a la inversión debe abaratarse el equipamiento; pero nadie impide que en reconocimiento a las condiciones del mercado y a las variables macroeconómicas existentes, la importación no tribute derechos lo suficientemente altos como para generar una genuina competencia, y no una lucha desigual con muerte prenunciada. ¿Por qué subsidiar con 15 por ciento al productor local y no gravar la importación por lo menos en igual cuantía? Lo que quizá mejor responde a esta pregunta es que la actual estructura de la Secretaría de Industria carece de capacidad como para administrar un mínimo sistema de arbitraje que no perjudique a productores locales y a usuarios de bienes de capital.

La Argentina, que realiza un costosísimo esfuerzo por ingresar al Primer Mundo, adhiere a prácticas tercermundistas, como por ejemplo liberalizar totalmente la importación de maquinaria usada. Con tal resultado, se están importando de China máquinas-herramientas a un costo 4,5 veces mayor que importaciones desde Italia de la misma clasificación.

Desde siempre han existido diferencias conceptuales entre usuarios y fabricantes de bienes de capital. Hoy debemos sincerarnos: cuando los derechos de importación eran del 80 por ciento, cuando existía control de cambios, la tajada que se obtenía importando con licencias justificaba los embates, y es cierto que algunos fabricantes nacionales eran universales y pretendían hacer de todo. Pero también es cierto que la industria local equipó exitosamente emprendimientos manufactureros complejos a costos competitivos cuando renegábamos de divisas.

Hoy vemos con gran preocupación peligrar el tejido industrial, con miles de empresas pequeñas y medianas de bienes intermedios complejos y bienes de capital finales que enfrentan un mercado local achicado y una oferta internacional exacerbada por la crisis del Primer Mundo y por las desregulaciones y descontroles locales.

La industria de bienes de capital no se improvisa. La reconversión a la nada destruirá el complejo tejido, aunque quizá lo peor sobrevenga después, cuando también falte la cultura del conocimiento y la acción creadora.

** Ex presidente de la UIA.*

quier beneficio que le demos a las empresas no va a ir a parar indirectamente a las arcas provinciales) vamos a seguir trabajando en la línea en que lo veníamos haciendo ahora, pero con más intensidad. Si hace falta sacar un régimen especial de promoción para algún sector, lo vamos a hacer. La única instrucción que yo tengo es remover todos los obstáculos para que los sectores productivos desarrollen todas sus potencialidades.

–¿Tienen algo en estudio?

–Vamos a seguir con los Polos Productivos. Ya firmamos ocho acuerdos y vamos a firmar seis más ahora, que involucran a diez sectores en diez provincias distintas. Estos son casi trajes a medida para esos productores regionales, a los que les damos asistencia tecnológica gratuita, formación de mano de obra, entrenamiento en management y créditos que surgen de la línea de préstamos subsidiados del Banco Nación. Y en algunos casos los acuerdos involucran a las provincias y municipios que contribuyen con desgravaciones. Por ejemplo, en el caso de los muebleros de Machagay, hay un compromiso de renovación de máquinas por 3 millones de dólares: es nada a nivel nacional, pero mucho para una frontera migratoria del Chaco. Otro ejemplo es el polo frutihortícola de Mendoza, con una inversión en bienes de capital de 40 millones de dólares en los próximos dos años. Tampoco descarto que proliferen convenios de promoción sectorial.

–¿En qué sectores?

–En los sectores que demostraron vocación de reconvertirse, como los productores de línea blanca, electrodomésticos, electrónico, y con algunos otros que presentan dificultades para enfrentar la competencia externa pero que tienen buena capacidad de gestión, como la metalmecánica y los productores de bienes de capital.

–Si hacen eso la crítica vendrá de los economistas ortodoxos que dirán que están incentivando el lobby.

–Estoy muy cansado de tener que pedir perdón cada vez que tomamos una medida para parar los estragos que hace la competencia desleal. Me parece irracional tener que disculparnos públicamente cada vez que ponemos un cupo, o un derecho específico o alguna otra medida proteccionista.

–Es el Gobierno el culpable de cebar tanto fundamentalismo ideológico, ya que hasta ahora machacó con un discurso ultraliberal.

–No soy un especialista en comunicación. Probablemente haya resabios de la época en la que tuvimos que expresar con mucha claridad que la apertura venía para quedarse. En ese momento había que dejarles en claro a los lobbies industriales que íbamos a implementar una apertura a fondo con cirugía mayor y sin anestesia. Pero de ahí a pensar que la economía se maneja como dicen los libros de texto, hay una distancia enorme. Nosotros nos manejamos con realidades.

–Las últimas medidas de ese tipo fueron los derechos específicos para textiles, zapatillas y algunos insumos petroquímicos. ¿Qué sigue en la lista?

–Recibimos muchos pedidos: de fabricantes de juguetes y de anteojos, por ejemplo. También hay un pedido antiguo de electrodomésticos.

–¿Cuánto discute con Tacchi cada vez que quiere tomar una medida que implique costo fiscal?

–Discuto mucho.

–¿Por ejemplo?

–El tema que más me preocupa es el de la petroquímica, donde yo quiero que se entreguen Bocones por los quebrantos impositivos. Es cierto que hay que ser muy cuidadoso porque los pedidos de muchas empresas son groseramente exagerados. Pero evaluar con mucho cuidado no significa no hacerlo con rapidez. También tengo una discusión por la desgravación de IVA para las inversiones. Pero quiero dejar en claro que si nosotros estamos sentados acá es porque Tacchi logró lo que logró con la recaudación.

EN VOZ ALTA

✓ "El crecimiento no fue equitativamente distribuido en todo el país, ni sectorialmente equilibrado."

✓ "Estoy cansado de pedir perdón cada vez que tomamos una medida proteccionista."

✓ "Si hace falta un régimen especial de promoción, lo vamos a hacer."

✓ "La banca pública tiene que cumplir un rol más activo."

✓ "Tengo una discusión con Tacchi por su lentitud en desgravar de IVA a las inversiones y en pagar con Bocón los quebrantos petroquímicos."



C. Surraco

INDUSTRIA

Régimen automotriz

"Las terminales deben exportar este año 1600 millones para quedar en regla"

–¿Cuánto falta para que caduque el régimen automotriz?

–A fin de año.

–Todo el mundo coincide en que las terminales no cumplieron ni van a cumplir con sus compromisos de exportación. Sin embargo, hasta el momento no hubo ningún castigo.

–El régimen automotriz nos permitió alcanzar varios objetivos simultáneos...

–No cabe duda. Pero ¿qué pasa con los incumplimientos?

–En 1993 las terminales recuperaron terreno en materia de atrasos. Y nosotros acabamos de prorrogar por 60 días la norma que pusimos el año pasado que establece que sólo entregamos permisos de importación contra exportaciones fehacientemente realizadas por las terminales. Eso vence el 28 de febrero, y ahí voy a ver cómo sigue. Nosotros tenemos en claro que el crecimiento de la demanda les impidió a las terminales cumplir sus compromisos de exportar para compensar las importaciones con arancel preferencial. Nosotros vamos a analizar el problema con razonabilidad, pero no vamos a condonar deudas.

–Lo mismo dijo hace seis meses

–Hace seis meses que no me preguntan. Hace dos meses que estoy trabajando en ese tema con mucha dedicación.

–¿No sería conveniente que estipulen alguna pena, al menos como señal simbólica?

–No podemos asumir que no van a cumplir. Tienen tiempo hasta fin de año para compensar. Las penas sólo pueden aplicarse el 31 de diciembre de 1994.

–Es obvio que no van a poder cumplir

–Sí, y nosotros lo vemos con preocupación. Por eso ya no se adelantan certificados de importación, y sólo se les da contra exportaciones efectivizadas, de las que una parte se les descuenta para compensar atrasos.

–¿Cuánto es el atraso acumulado al día de hoy?

–En 1993 exportaron 800 millones contra 1050-1100 comprometidas. A esos 300 se agregan otro tanto del '92. Recordemos que en el '91 exportaron 70 millones.

–¿Cuánto tienen comprometido para 1994?

–Alrededor de 1300.

–Es decir que para quedar en regla deberían exportar 1900 millones.

–Creo que alrededor de 1600, entre autos y autopartes.

–Está claro que no van a poder cumplir.

–...

A. Elías



*(Por Enrique M. Martínez *)*

El presidente de la Unión Industrial Argentina ha declarado a este diario que es necesario sacrificar algún sector –en este caso los fabricantes nacionales de maquinarias– para alcanzar el beneficio de la mayoría (el resto de la industria) que necesita poder importar maquinaria más moderna sin aranceles.

El ministro de Economía comparte a pie juntillas este criterio, al punto de defenderlo con un rigor extremo, que llega hasta a poner en jaque los plazos de puesta en marcha del Mercosur, por la diferencia de criterio con los brasileños respecto del arancel externo común para los bienes de capital.

Los economistas, los industriales, la gente común incluso, parece acordar mansamente con algo que sugiere tener sentido común: si incorporamos las mejores máquinas, vengan de donde vengan, la productividad aumentará al mejor ritmo y podremos integrarnos al mundo. Hasta los mismos fabricantes nacionales de maquinaria, cuya producción cayó un 23 por ciento en 1993, adoptan un silencio que parece avergonzado. Como diciendo: "Pucha, se dieron cuenta, habrá que joderse".

Sin embargo, se está cometiendo un grave error al convertir en principio una mera conveniencia coyuntural.

Me explico. Sólo producen bienes de capital los países con estructuras productivas muy diversificadas. Su importancia radica en que se trata del sector con máxima incorporación tecnológica, que a su vez se vincula íntimamente con la creación de nuevos productos y procesos. Ningún país moderno imagina un liderazgo en un sector sin contar con la industria de maquinarias que nutra a ese sector.

La Argentina nunca se caracterizó por una gran importancia en el tema. Nuestra condición de país intermedio nos hizo siempre importadores netos de maquinaria, con mucho desequilibrio en la balanza sectorial. El largo período de economía cerrada indujo, sin embargo, al crecimiento de una serie de productores de maquinaria, a los que se podría agrupar en dos clases:

a) Los que copiaron algún equipo importado y luego presionaron para que no se importara ningún otro. Con su bajo nivel tecnológico estas empresas frenaron el desarrollo de los sectores que dependían de ellas.

b) Los que aprovecharon el mercado cautivo para hacer su experiencia, pero luego se lanzaron al mercado externo, con creaciones propias y en muchos casos con convenios de licencia con firmas de primer nivel mundial.

La apertura, junto con la ausencia casi total de financiamiento a largo plazo para los equipos nacionales, destruye a los dos tipos ade productores. *Y además, decimos: a un lado muchachos, que queremos elegir.* Por lo tanto, no promovemos –es más, desalentamos expresamente– ningún esfuerzo a corto, mediano o largo plazo para producción de máquinas nacionales.

En lugar de condenarnos a esta verdadera dependencia material e intelectual del resto del mundo, la política debiera ser:

1 –Inducir el equipamiento acelerado de la industria en general, mediante la eliminación de aranceles de importación, pero aceptando un subsidio importante –aun mayor que el actual, parcial y transitorio reintegro del 15 por ciento– para los equipos nacionales que un consensoerte usuarios califique de nivel técnico aceptable. Acompañar el reintegro con líneas de financiamiento a no menos de 8 años.

2 –Promover con subsidio de inversión, crédito a tasa negativa y desgravación impositiva a la producción en el país de bienes de capital que sea capaz de ofrecer sus productos a precio internacional y con calidad aceptable para comités de usuarios y productores. Mantener esta decisión por lo menos por una década.

Una política que tuviera esos dos componentes haría compatible la foto con la película; el instante con el futuro.

Pero esto no es así, porque la ideología vigente sigue siendo la de cubrir la coyuntura. La estabilidad se dice medio pero es meta y punto final. El desarrollo, el crecimiento, la creación, el control sobre la naturaleza, el esfuerzo compartido son términos para proclamar y gastar; no para ejecutar.

En este marco se continuará vaciando la estructura industrial. Cada vez más bienes finales (más producción industrial). pero cada vez menos valor agregado en cada objeto. Hasta podría verificarse que el producto bruto industrial –cuando se lo mida– ha disminuido, como ha señalado con mucha precisión Pablo Gerchunoff en este diario.

Los fabricantes de componentes y los de maquinarias habrán sido sacrificados en el altar de la eficiencia microeconómica. Las industrias de armado *–las triunfadoras–* cumplirán una y otra vez la rutina de comprar lo que se les indique, ensamblar las partes como se les indique, con los dispositivos y máquinas que se les indique, vender con el esquema y la publicidad que se les indique.

Ante cualquier duda, consultar el manual de la casa matriz.

En ese marco, que los políticos no reclamen salarios altos. Eso es populismo. *De verdad no se podrán pagar.*

Que no reclamen ocupación plena. Si sólo armamos, ni la podremos imaginar.

Que los egresados universitarios no reclamen tareas creativas. Ojalá puedan ser eficientes operadores y encontrar un rol descripto en el manual.

Eso sí: las máquinas –las que se usan–: 0 Km.

** Asesor del senador José O. Bordón y subsecretario de PyMe en el gobierno anterior.*

TELEFONIA

EXPLOSION CELULAR

(*Por Pablo Ferreira*) El escándalo que protagonizó días atrás Carlos Menem Jr. en Punta del Este, además de recluirlo fugazmente en una comisaría oriental, le dio a su flamante ex novia, María Vázquez, la ocasión para deplorar los celos desmedidos del vástago presidencial: "Me había puesto un teléfono celular –confesó– para controlarme todo el tiempo". La anécdota no deja de poner en evidencia la difusión alcanzada por la telefonía móvil, un codiciado negocio que tiene en pie de guerra a dos competidores excluyentes: Movicom y Miniphone. El año último la torta celular creció un inusual 200 por ciento haciendo trepar las ventas de 100 a casi 300.000.000 de dólares. El liderazgo está en manos de Movicom, pero su oponente logró –en escasos meses– conquistar el 35 por ciento de las ventas. Para quedarse con la mejor tajada del mercado, se enfrentan con los precios, diseñan sutiles estrategias para imponer sus marcas, multiplican los servicios y no dudan en invertir cientos de millones.

El crecimiento registrado por la demanda es tan explosivo que sorprendió incluso a los propios protagonistas. Movicom perjura que en 1993 sumó 50.000 nuevos abonados. La cifra supera el nivel acumulado en más de tres años de operaciones. Su facturación sobrepasó los 200 millones de dólares. La cosecha de Miniphone tampoco le fue en zaga. En once meses de campaña su base de clientes saltó a 50.000, es decir al quíntuple de su meta. Es más, las proyecciones de mercado que manejaban meses atrás imaginaban unos 200.000 celulares en Buenos Aires (Area Múltiple) para 1997. Hoy en cambio ese horizonte no baja de 400.000. En 1994 se estima que las ventas estarán por arriba de los 500 millones de dólares.

Ya hay 145.000 usuarios de teléfonos celulares, y se estima que en 1997 habrá 400.000. El año pasado se facturaron 300 millones de pesos y se calcula que este año llegarían a 500 millones. Movicom –que comenzó hace tres años– mantiene el liderazgo, pero el crecimiento que tuvo Miniphone en once meses quintuplicó la meta que se habían impuesto.

Competencia

Desde que Movicom irrumpe con la telefonía móvil en el '89 usufructuó, y por más de tres años, un exclusivo reino sin sombra de competencia, aunque acotado a una región que abarca la Capital Federal y gran parte del conurbano, donde habitan cerca de 13 millones de personas.

El debut de Miniphone en marzo pasado dio origen a un fenómeno inédito. Lo destacó Jorge Safranchik, gerente de marketing de esa empresa: "No había antecedentes de competencia franca en telefonía en la Argentina. Es el único caso de libre competencia absoluta". Lo curioso es que los zares locales de la telefonía básica –Telefónica Argentina y Telecom– se las ingeniaron una vez más para no competir. Al menos entre ellos. Son socias en partes iguales de Movistar, la sociedad anónima titular de Miniphone. A la Compañía de Radiocomunicaciones Móviles, dueña de Movicom (ver cuadro), se le cruzaron todos los cables desde entonces. De entrada los rivales pusieron en la mira de sus misiles dos estudiados objetivos: la imagen y los precios de CRM. Estos contaban con una ventaja esencial: habían logrado identificar su marca Movicom con el concepto genérico de teléfono celular. Por eso, explica Safranchik, "a través de nuestro nombre intentamos atacar el genérico que estaba asociado no a un teléfono chico y, aunque ellos también los tienen, hemos logrado posicionarnos como los teléfonos de uso personal". Movicom no dejó pasar su réplica. "El tema del tamaño es un valor meramente publicitario –subrayó el gerente de Comunicaciones Fernando Rebagliati– nosotros teníamos más de un año antes teléfonos de los más pequeños del mercado".

Precios

Los precios fueron el otro blanco estratégico. "Nuestro ataque también apuntó al precio", reconoce el ejecutivo de Miniphone. Adoptaron un sistema de cobro más ajustado al consumo real pues mide fracciones cada 10 segundos en lugar de redondear por minutos. Safranchik asegura que los usuarios se ahorran desde un 20 por ciento en las llamadas cortas hasta un 40 en las largas. En Movicom no opinan lo mismo. "Creemos sí que hay una diferencia, pero que no es para nada la que se dice, puede rondar un 10 por ciento, dependiendo del consumo", defendió Rebagliati. También creen que esa diferencia está justificada entre otras razones por su mayor cúmulo de experiencia, servicios e inversiones ("tenemos más de 70 antenas y cada una supone invertir un millón de dólares"). Hay sin embargo un hecho sintomático. Hace poco redujeron el valor del minuto en hora pico, por ejemplo, llevándolo a ($ 0,33) un nivel idéntico al de Miniphone.

El terreno de los servicios adicionales es propicio para las batallas.

La oferta incluye –entre otros– conferencias tripartitas, bancos electrónicos de datos, roaming (uso del celular en otros países), transferencia de llamadas a la red fija y contestadores automáticos. Obviamente ninguno quiso mostrar los ases (y tienen varios) escondidos celosamente bajo la manga.

Más que ricos y famosos

La "popularización" del teléfono celular es un fenómeno que está sepultando su clásica identificación con los "ricos y famosos", segmento al que en sus inicios apuntó Movicom. "Hoy tenemos clientes de todo tipo de profesión y nivel socioeconómico, y cada vez se está haciendo más amplio" comenta ahora Rebagliati. El que también coincide es Safranchik aunque atribuyéndole todos los méritos a su empresa. "Miniphone –dijo– logró que la telefonía móvil dejara de ser únicamente

MOVI[illegible]

empresa	Cia de Radioco[illegible]
ingreso	noviemb[illegible]
cobertura	AMBA
socio	Bell South (4[illegible] Motorola (25% Socma (Macri[illegible] BGH (10[illegible]
usuarios	95.000
market share	65%
facturación	200.000.0[illegible]
inversiones	
– acumuladas	200.000.00[illegible]
– 1994	50.000.000
publicidad	5.000.000
personal	500
agentes oficales	20.

(1) proyección anual 10 meses de fac[illegible]
(2) a noviembre de 1993.

Fuente: información de las propias em[illegible]

UN MUNDO MOVIL
Abonados a telefonía celular a enero de 1992

Estados Unidos	7.557.148
Japón	1.375.000
Gran Bretaña	1.247.000
Canadá	786.000
Suecia	585.000
Italia	567.535
Alemania	532.251
Australia	440.000
Francia	375.000
Taiwan	299.690
Finlandia	283.051
Noruega	227.733
Hong Kong	202.942
Suiza	174.557
Dinamarca	175.943
Total mundo	16.192.633

Fuente: Estadística Internacional de Telecomunicaciones, editado por Siemens.

PICARDIAS DE PEDRITO

Por Jorge Schvarzer

FALACIAS ECONOMICAS



Con sus cinco años a cuestas, Pedrito exhibe continuamente su picardía. Como esa vez que se acercó, agazapado, a su padre, que lo observaba de reojo, desde su sillón; al estar cerca de él, Pedrito se irguió, exclamando: "Mirá qué rápido crezco". Su padre sonrió, sin responderle. No era su intención decirle que Pedrito no había "crecido"; sólo recuperó la altura que tenía antes de agacharse. Pero esa explicación no cabía; los dos sabían que Pedrito estaba jugando.

No ocurre lo mismo con otros Pedritos que hablan de economía como si jugaran. Se trata de algunos analistas, y no sólo de analistas, que afirman que la economía argentina creció en estos últimos tiempos a ritmo similar al de los tigres asiáticos, o al de otros sucesos mundiales, exhibiendo con orgullo, no exento de cierta malicia, las cifras de evolución reciente del producto bruto local. Esas cifras merecen comentarios de otro tenor por la forma en que se confeccionan (que generan cuestiones sobre su valor que se harán en otra oportunidad) pero no dejan ninguna duda cuando se las observa en el mediano plazo. La producción argentina cayó brutalmente en los años 1989 y 1990 para recuperarse luego con velocidad equivalente; es por eso que el nivel actual del producto es semejante al conocido en 1987, por ejemplo. La suba posterior al Plan de Convertibilidad, permitió hasta ahora volver al mismo nivel que luego del Plan Austral. Eso no es crecimiento sino recuperación.

Es cierto que habrá crecimiento si esta evolución sigue, del mismo modo que Pedrito crecerá más allá de sus picardías; pero crecer no es lo mismo que recuperarse y la distinción no es semántica por sus consecuencias económicas y políticas que no pueden despreciarse. La Argentina va a crecer cuando su economía produzca más que antes y, por lo tanto, disponga de más riqueza para repartir. Hasta ahora, sólo volvió a sus "inaceptables" niveles anteriores, que es un paso previo, necesario aunque no suficiente.

La negativa de algunos analistas a reconocer este hecho se debe a su deseo de enfatizar el éxito, en una mezcla de deseo de que ocurra y de vanidad personal. Por eso actúan casi como una criatura que juega con su papá. Aunque no tengan cinco años. Y tampoco se llamen Pedrito.

TELEFONIA

EXPLOSION CELULAR

Ya hay 145.000 usuarios de teléfonos celulares, y se estima que en 1997 habrá 400.000. El año pasado se facturaron 300 millones de pesos y se calcula que este año llegarían a 500 millones. Movicom –que comenzó hace tres años– mantiene el liderazgo, pero el crecimiento que tuvo Miniphone en once meses quintuplicó la meta que se habían impuesto.

(Por Pablo Ferreira) El escándalo que protagonizó días atrás Carlos Menem Jr. en Punta del Este, además de recluirlo fugazmente en una comisaría oriental, le dio a su flamante ex novia, María Vázquez, la ocasión para deplorar los celos desmedidos del vástago presidencial: "Me había puesto un teléfono celular –confesó– para controlarme todo el tiempo". La anécdota no deja de poner en evidencia la difusión alcanzada por la telefonía móvil, un codiciado negocio que tiene en pie de guerra a dos competidores excluyentes: Movicom y Miniphone. El año último la torta celular creció un inusual 200 por ciento haciendo trepar las ventas de 100 a casi 300.000.000 de dólares. El liderazgo está en manos de Movicom, pero su oponente logró –en escasos meses– conquistar el 35 por ciento de las ventas. Para quedarse con la mejor tajada del mercado, se enfrentan con los precios, diseñan sutiles estrategias para imponer sus marcas, multiplican los servicios y no dudan en invertir cientos de millones.

El crecimiento registrado por la demanda es tan explosivo que sorprendió incluso a los propios protagonistas. Movicom perjura que en 1993 sumó 50.000 nuevos abonados. La cifra supera el nivel acumulado en más de tres años de operaciones. Su facturación sobrepasó los 200 millones de dólares. La cosecha de Miniphone tampoco le fue en zaga. En once meses de campaña su base de clientes saltó a 50.000, es decir al quíntuple de su meta. Es más, las proyecciones de mercado que manejaban meses atrás imaginaban unos 200.000 celulares en Buenos Aires (Area Múltiple) para 1997. Hoy en cambio ese horizonte no baja de 400.000. En 1994 se estima que las ventas estarán por arriba de los 500 millones de dólares.

Competencia

Desde que Movicom irrumpe con la telefonía móvil en el '89 usufructuó, y por más de tres años, un exclusivo reino sin sombra de competencia, aunque acotado a una región que abarca la Capital Federal y gran parte del conurbano, donde habitan cerca de 13 millones de personas.

El debut de Miniphone en marzo pasado dio origen a un fenómeno inédito. Lo destacó Jorge Safranchik, gerente de marketing de esa empresa: "No había antecedentes de competencia franca en telefonía en la Argentina. Es el único caso de libre competencia absoluta". Lo curioso es que los zares locales de la telefonía básica –Telefónica Argentina y Telecom– se las ingeniaron una vez más para no competir. Al menos entre ellos. Son socias en partes iguales de Movistar, la sociedad anónima titular de Miniphone. A la Compañía de Radiocomunicaciones Móviles, dueña de Movicom (ver cuadro), se le cruzaron todos los cables desde entonces. De entrada los rivales pusieron en la mira de sus misiles dos estudiados objetivos: la imagen y los precios de CRM. Estos contaban con una ventaja esencial: habían logrado identificar su marca Movicom con el concepto genérico de teléfono celular. Por eso, explica Safranchik, "a través de nuestro nombre intentamos atacar el genérico que estaba asociado no a un teléfono chico y, aunque ellos también los tienen, hemos logrado posicionarnos como los teléfonos de uso personal". Movicom no dejó pasar su réplica. "El tema del tamaño es un valor meramente publicitario –subrayó el gerente de Comunicaciones Fernando Rebagliati– nosotros teníamos más de un año antes teléfonos de los más pequeños del mercado".

Precios

Los precios fueron el otro blanco estratégico. "Nuestro ataque también apuntó al precio", reconoce el ejecutivo de Miniphone. Adoptaron un sistema de cobro más ajustado al consumo real pues mide fracciones cada 10 segundos en lugar de redondear por minutos. Safranchik asegura que los usuarios se ahorran desde un 20 por ciento en las llamadas cortas hasta un 40 en las largas. En Movicom no opinan lo mismo. "Creemos sí que hay una diferencia, pero que no es para nada la que se dice, puede rondar un 10 por ciento, dependiendo del consumo", defendió Rebagliati. También creen que esa diferencia está justificada entre otras razones por su mayor cúmulo de experiencia, servicios e inversiones ("tenemos más de 70 antenas y cada una supone invertir un millón de dólares"). Hay sin embargo un hecho sintomático. Hace poco redujeron el valor del minuto en hora pico, por ejemplo, llevándolo a ($ 0,33) un nivel idéntico al de Miniphone.

El terreno de los servicios adicionales es propicio para las batallas.

La oferta incluye –entre otros– conferencias tripartitas, bancos electrónicos de datos, roaming (uso del celular en otros países), transferencia de llamadas a la red fija y contestadores automáticos. Obviamente ninguno quiso mostrar los ases (y tienen varios) escondidos celosamente bajo la manga.

Más que ricos y famosos

La "popularización" del teléfono celular es un fenómeno que está sepultando su clásica identificación con los "ricos y famosos", segmento al que en sus inicios apuntó Movicom. "Hoy tenemos clientes de todo tipo de profesión y nivel socioeconómico, y cada vez se está haciendo más amplio" comenta ahora Rebagliati. El que también coincide es Safranchik aunque atribuyéndole todos los méritos a su empresa. "Miniphone –dijo– logró que la telefonía móvil dejara de ser únicamente un elemento de elite y pasara a ser considerada una herramienta de trabajo. Hoy no sólo se ve al símil-*yuppie*, también se pueden ver cuentapropistas de servicios como los plomeros, e incluso en la calle Florida, por ejemplo, es ya frecuente encontrar cadetes con celular".

Es indudable que ésta ha resultado ser una guerra sin perdedores. Aunque hay un líder absoluto, CRM, el grupo que tiene a Macri como socio y que se alzó con el 65 por ciento del mercado. Claro que han perdido su paraíso artificial y viven ahora bajo presión. Además, Movicom se quedó sin el negocio celular del interior del país. Ganó la preadjudicación el consorcio CTI integrado por GTE, AT&T, Clarín y Benito Roggio. En cambio para Movistar cuyas socias desde el desguace de ENTel corren con la vaca atada, es cuestión de tiempo. En dos años habrán sumado un nuevo y muy estratégico privilegio: serán los únicos que tendrán en todo el país el negocio de la telefonía celular.

	MOVICOM	MINIPHONE
empresa	Cia de Radiocom. Móviles	Movistar
ingreso	noviembre'89	marzo'93
cobertura	AMBA	AMBA
socio	Bell South (47%), Motorola (25%), Socma (Macri) (18%), BGH (10%)	Telecom (50%) Telef. Arg. (50%)
usuarios	95.000	50.000
market share	65%	35%
facturación	200.000.00	80.000.000 (1)
inversiones		
– acumuladas	200.000.000	45.000.000 (2)
– 1994	50.000.000	3.500.000
publicidad	5.000.000	3.500.000
personal	500	250
agentes oficales	20	15

(1) proyección anual 10 meses de facturación
(2) a noviembre de 1993.

Fuente: información de las propias empresas.

UN MUNDO MOVIL
Abonados a telefonía celular a enero de 1992

Estados Unidos	7.557.148
Japón	1.375.000
Gran Bretaña	1.247.000
Canadá	786.000
Suecia	585.000
Italia	567.535
Alemania	532.251
Australia	440.000
Francia	375.000
Taiwan	299.690
Finlandia	283.051
Noruega	227.733
Hong Kong	202.942
Suiza	174.557
Dinamarca	175.943
Total mundo	16.192.633

Fuente: Estadística Internacional de Telecomunicaciones, editado por Siemens.

PICARDIAS DE PEDRITO

Por Jorge Schvarzer

FALACIAS ECONOMICAS

Con sus cinco años a cuestas, Pedrito exhibe continuamente su picardía. Como esa vez que se acercó, agazapado, a su padre, que lo observaba de reojo, desde su sillón; al estar cerca de él, Pedrito se irguió, exclamando: "Mirá qué rápido crezco". Su padre sonrió, sin responderle. No era su intención decirle que Pedrito no había "crecido"; sólo recuperó la altura que tenía antes de agacharse. Pero esa explicación no cabía; los dos sabían que Pedrito estaba jugando.

No ocurre lo mismo con otros Pedritos que hablan de economía como si jugaran. Se trata de algunos analistas, y no sólo de analistas, que afirman que la economía argentina creció en estos últimos tiempos a ritmo similar al de los tigres asiáticos, o al de otros sucesos mundiales, exhibiendo con orgullo, no exento de cierta malicia, las cifras de evolución reciente del producto bruto local. Esas cifras merecen comentarios de otro tenor por la forma en que se confeccionan (que generan cuestiones sobre su valor que se harán en otra oportunidad) pero no dejan ninguna duda cuando se las observa en el mediano plazo. La producción argentina cayó brutalmente en los años 1989 y 1990 para recuperarse luego con velocidad equivalente; es por eso que el nivel actual del producto es semejante al conocido en 1987, por ejemplo. La suba posterior al Plan de Convertibilidad, permitió hasta ahora volver al mismo nivel que luego del Plan Austral. Eso no es crecimiento sino recuperación.

Es cierto que habrá crecimiento si esta evolución sigue, del mismo modo que Pedrito crecerá más allá de sus picardías; pero crecer no es lo mismo que recuperarse y la distinción no es semántica por sus consecuencias económicas y políticas que no pueden despreciarse. La Argentina va a crecer cuando su economía produzca más que antes y, por lo tanto, disponga de más riqueza para repartir. Hasta ahora, sólo volvió a sus "inaceptables" niveles anteriores, que es un paso previo, necesario aunque no suficiente.

La negativa de algunos analistas a reconocer este hecho se debe a su deseo de enfatizar el éxito, en una mezcla de deseo de que ocurra y de vanidad personal. Por eso actúan casi como una criatura que juega con su papá. Aunque no tengan cinco años. Y tampoco se llamen Pedrito.

LIBROS

DANIEL SANTORO
EL HACEDOR
Una biografía política de Domingo Cavallo
PLANETA • ESPEJO DE LA ARGENTINA

SERVIDOR DE DOS PATRONES

Planeta acaba de lanzar "El hacedor-Una biografía política de Domingo Cavallo". Según esta crítica, el libro de Daniel Santoro es el mejor de los que hasta ahora tuvieron al ministro de Economía como protagonista central.

(Por Marcelo Matellanes) "La única forma de parar el avasallamiento de la Facultad, la pérdida de la participación estudiantil, la caza de brujas que sufren los profesores y la caída del nivel académico es el paro por tiempo indeterminado." Esta frase fue pronunciada en algún lugar de la Universidad Nacional de Córdoba durante el año 1966. No son hoy muchos los que, pudiendo haber lanzado esa propuesta en esos años, seguirían sosteniéndola. A muchos les arrancaron el tiempo de los ideales, otros se lo determinaron voluntariamente, por criterio o conveniencia.

Pero hay otra especie, y es aquella a la que jamás podría atribuírsele semejante osadía. Es el caso de Domingo Felipe Cavallo, pequeño saltamonte cuya permanente reconvertible trayectoria no para ni ante el paro. Su objetivo, ser presidente de la República Argentina; su instrumento, la economía; su alma, la de la más pura y terrible *buena conciencia* de clase media argentina. En todo caso, debe reconocérsele una gran eficiencia en la planificación (perdón) de su carrera política: durante mucho tiempo, Cavallo escribió libros para posicionarse en el debate económico como vía de acceso al poder. Hoy es acerca suyo que los libros son escritos.

El más reciente –y logrado– de ellos es la exquisita biografía escrita por el periodista Daniel Santoro, titulada *El Hacedor-Una biografía política de Domingo Cavallo.*

Sólo una investigación seria puede sustraerse a la oportunidad comercial, a la especulación política y a la polémica económica. Y, por sobre todo, Santoro no sucumbe ante el encandilamiento cholulesco que suele evocar la persona de Cavallo. Entre el stress de los yuppies y el cólera de los pobres, el autor conduce su obra desde un taller de escobas en San Francisco hasta el sillón del quinto piso del Palacio de Hacienda.

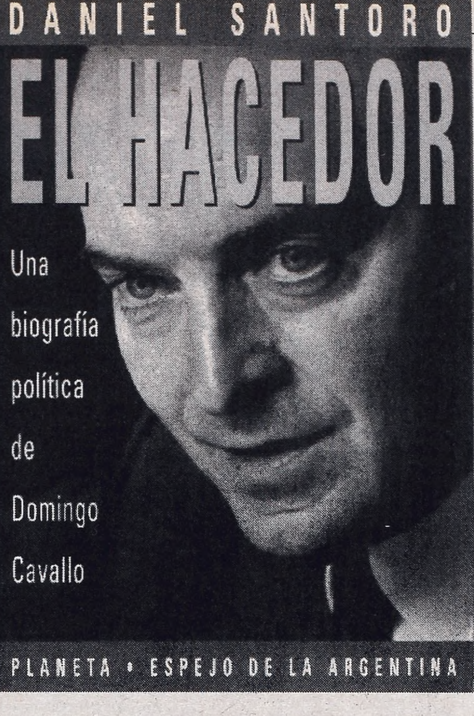
Santoro lo hace con toda la asepsia que desplegaría "un cuáquero en un prostíbulo", imagen que él mismo utiliza para describir los traspiés de Cavallo en la carpa menemista. Por otra parte, al reconstruir la acrobática habilidad de Cavallo en materia de posicionamientos políticos, el autor reconoce que "(...) si bien su ambición política lo privaba por completo de pruritos partidarios, no incidía en virajes sobre sus ideas económicas". Es precisamente esa lealtad a su ideario económico la que constituirá simultáneamente la fortaleza y la debilidad del ministro.



Todo gran trabajo bibliográfico contiene necesariamente una o varias tesis en potencia. En este caso, hay una grande, en potencia y potente. Se trata de que Cavallo, como el Arlequino, de Goldoni, sufre un desgarre trágico, por ser servidor de dos patrones. Por un lado, hijo intelectual del dogma económico-liberal; por el otro, hijo político efectivo de la burguesía industrial argentina. Para el capitalismo argentino, esas dos filiaciones se repelen mutuamente. La "banca" mediterránea no financia carreras personales ni fundaciones por mecenazgo, sino por puro y crudo interés económico. Y en este sentido, Cavallo no tiene opción; sólo le queda vivir presiones, tratando de tornarlas coherentes con su ideario liberal. Y ello es imposible.

Para salir de esa encerrona, haría falta que Domingo Cavallo asumiera la valentía política y libertad intelectual que en otros tiempos asumieron Adam Smith, Karl Marx o John Maynard Keynes. Escribir un libro que no busque rédito político, sino que tenga por objetivo pintar ese drama del capitalismo argentino. Que es su propio drama. Pero ello parece improbable. Porque para poder decir *de te fabula narratur* (es de ti quehabla la historia), como dijera Marx a la burguesía alemana al prologar *El capital*, haría falta que Cavallo saliera fuera de esa historia.

LIBROS



Planeta acaba de lanzar "El hacedor-Una biografía política de Domingo Cavallo". Según esta crítica, el libro de Daniel Santoro es el mejor de los que hasta ahora tuvieron al ministro de Economía como protagonista central.

SERVIDOR DE DOS PATRONES

(Por Marcelo Matellanes) "La única forma de parar el avasallamiento de la Facultad, la pérdida de la participación estudiantil, la caza de brujas que sufren los profesores y la caída del nivel académico es el paro por tiempo indeterminado." Esta frase fue pronunciada en algún lugar de la Universidad Nacional de Córdoba durante el año 1966. No son hoy muchos los que, pudiendo haber lanzado esa propuesta en esos años, seguirían sosteniéndola. A muchos les arrancaron el tiempo de los ideales, otros se lo determinaron voluntariamente, por criterio o conveniencia.

Pero hay otra especie, y es aquella a la que jamás podría atribuírsele semejante osadía. Es el caso de Domingo Felipe Cavallo, pequeño saltamonte cuya permanente reconvertible trayectoria no para ni ante el paro. Su objetivo, ser presidente de la República Argentina; su instrumento, la economía; su alma, la de la más pura y terrible *buena conciencia* de clase media argentina. En todo caso, debe reconocérsele una gran eficiencia en la planificación (perdón) de su carrera política: durante mucho tiempo, Cavallo escribió libros para posicionarse en el debate económico como vía de acceso al poder. Hoy es acerca suyo que los libros son escritos.

El más reciente –y logrado– de ellos es la exquisita biografía escrita por el periodista Daniel Santoro, titulada *El Hacedor-Una biografía política de Domingo Cavallo.*

Sólo una investigación seria puede sustraerse a la oportunidad comercial, a la especulación política y a la polémica económica. Y, por sobre todo, Santoro no sucumbe ante el encandilamiento cholulesco que suele evocar la persona de Cavallo. Entre el stress de los yuppies y el cólera de los pobres, el autor conduce su obra desde un taller de escobas en San Francisco hasta el sillón del quinto piso del Palacio de Hacienda.

Santoro lo hace con toda la asepsia que desplegaría "un cuáquero en un prostíbulo", imagen que él mismo utiliza para describir los traspiés de Cavallo en la carpa menemista. Por otra parte, al reconstruir la acrobática habilidad de Cavallo en materia de posicionamientos políticos, el autor reconoce que "(...) si bien su ambición política lo privaba por completo de pruritos partidarios, no incidía en virajes sobre sus ideas económicas". Es precisamente esa lealtad a su ideario económico la que constituirá simultáneamente la fortaleza y la debilidad del ministro.



Todo gran trabajo bibliográfico contiene necesariamente una o varias tesis en potencia. En este caso, hay una grande, en potencia y potente. Se trata de que Cavallo, como el Arlequino, de Goldoni, sufre un desgarre trágico, por ser servidor de dos patrones. Por un lado, hijo intelectual del dogma económico-liberal; por el otro, hijo político efectivo de la burguesía industrial argentina. Para el capitalismo argentino, esas dos filiaciones se repelen mutuamente. La "banca" mediterránea no financia carreras personales ni fundaciones por mecenazgo, sino por puro y crudo interés económico. Y en este sentido, Cavallo no tiene opción; sólo le queda vivir presiones, tratando de tornarlas coherentes con su ideario liberal. Y ello es imposible.

Para salir de esa encerrona, haría falta que Domingo Cavallo asumiera la valentía política y libertad intelectual que en otros tiempos asumieron Adam Smith, Karl Marx o John Maynard Keynes. Escribir un libro que no busque rédito político, sino que tenga por objetivo pintar ese drama del capitalismo argentino. Que es su propio drama. Pero ello parece improbable. Porque para poder decir *de te fabula narratur* (es de ti quehabla la historia), como dijera Marx a la burguesía alemana al prologar *El capital*, haría falta que Cavallo saliera fuera de esa historia.

COM	MINIPHONE
m. Móviles	Movistar
e'89	marzo'93
	AMBA
%),), (18%),)	Telecom (50%) Telef. Arg. (50%)
	50.000
	35%
	80.000.000 (1)
	45.000.000 (2)
	3.500.000
	3.500.000
	250
	15

uración

presas.

un elemento de elite y pasara a ser considerada una herramienta de trabajo. Hoy no sólo se ve al símil-*yuppie*, también se pueden ver cuentapropistas de servicios como los plomeros, e incluso en la calle Florida, por ejemplo, es ya frecuente encontrar cadetes con celular".

Es indudable que ésta ha resultado ser una guerra sin perdedores. Aunque hay un líder absoluto, CRM, el grupo que tiene a Macri como socio y que se alzó con el 65 por ciento del mercado. Claro que han perdido su paraíso artificial y viven ahora bajo presión. Además, Movicom se quedó sin el negocio celular del interior del país. Ganó la preadjudicación el consorcio CTI integrado por GTE, AT&T, Clarín y Benito Roggio. En cambio para Movistar cuyas socias desde el desguace de ENTel corren con la vaca atada, es cuestión de tiempo. En dos años habrán sumado un nuevo y muy estratégico privilegio: serán los únicos que tendrán en todo el país el negocio de la telefonía celular.

FINANZAS

El Buen Inversor

¿QUE HACER?

Las acciones son una inversión de riesgo, los títulos públicos ya subieron mucho, los plazos fijos brindan una magra renta y el dólar está planchado. Con este panorama se pueden entender las razones del desconcierto de los pequeños ahorristas: se quedaron sin fuente interesante de valorización de sus capitales.

(Por Alfredo Zaiat) Los operadores no tienen dudas cuando deben elegir cuál será la mejor alternativa del año: sin titubear afirman a coro que las acciones se llevarán los laureles en el ranking de inversiones. Pero la cuestión no es tan sencilla para pequeños ahorristas que quieren valorizar sus capitales. Las colocaciones a plazo brindan una magra renta y el dólar, tótem venerado años atrás, ha caído en desgracia. Entonces, la pregunta que desvela a más de uno es qué hacer con el dinero. Obviamente, si sobra después de los gastos mensuales.

Los papeles empresarios no seducen mucho debido a su alta volatilidad y, por lo tanto, el mayor riesgo que encierran respecto de otras inversiones. De todos modos, ciertos ahorristas se animan a dedicar una pequeñísima porción de sus excedentes a apostar por algunas acciones. Para quienes se atreven a poner algunas fichas a la Bolsa, en general, la elección no es otra que la compra de acciones de las dos telefónicas y de YPF, que aseguran una rentabilidad medianamente satisfactoria y no corren el peligro de un fuerte derrumbe de sus cotizaciones.

Una posibilidad que no deberían desperdiciar esos inversores deriva de las próximas subastas de acciones de empresas privatizadas que están en poder del Estado. El primer remate se realizará a fines de marzo o a mediados de abril, y los papeles en juego serán los de una de las transportadoras de gas. La dificultad en este caso reside en que la distribución queda en manos de un selecto grupo de bancos y los pequeños ahorristas reciben por lo tanto una ínfima porción de las acciones, irregularidad que es responsabilidad exclusiva del equipo económico.

De todos modos, son unos pocos los que se arriesgan a probar suerte en el recinto. Y razones no les faltan: la poca transparencia en los negocios y, por consiguiente, en la evolución de las cotizaciones, son argumentos muy potentes para entender el porqué del rechazo a esa alternativa. Descartada esa inversión como principal fuente de valorización, que es precisamente la que puede brindar una renta muy atractiva, como también quebrantos inolvidables, las opciones son más modestas.

En los últimos años los títulos públicos fueron un interesante refugio de los capitales. Pero después de la importante suba de las paridades durante 1993 no habría que esperar alzas significativas en éste. Los bonos, a los actuales precios, se han convertido en una alternativa para ahorristas de mediano y largo plazo que se contentan con una renta medianamente interesante, que puede ir del 7 al 9 por ciento anual.

Con esa promesa, los pequeños ahorristas no deben dudar en buscar otros rumbos y dejar esa inversión para los profesionales de la City y para los fondos del exterior. Esa misma renta o más la pueden conseguir con los tradicionales plazos fijos. Pero una tasa del 12 por ciento anual en pesos, o no más de 7 puntos en dólares, tampoco es para entusiasmar.

Ante este dilema que lleva a más de uno a añorar épocas pasadas, se encuentran los inversores de pobres excedentes o los conservadores. En definitiva, como consuelo deben tener en cuenta que con una colocación a plazo en pesos consiguen una renta en moneda dura envidiada por ahorristas del Primer Mundo.



La cantidad de $ que existen
(en millones)

	en $
Cir. monet. al 20/1	16.356
Base monet. al 20/1	11.199
Depósitos al 18/1	
Cuenta corriente	2659
Caja de ahorro	2784
Plazos fijos	6229

Nota: La circulación monetaria es la cantidad de dinero que está en poder del público y en los bancos. La base monetaria son los pesos del público y de los bancos más los depósitos de las entidades financieras en cuenta corriente en el Banco Central. Los montos de los depósitos corresponden a una muestra realizada por el BCRA.

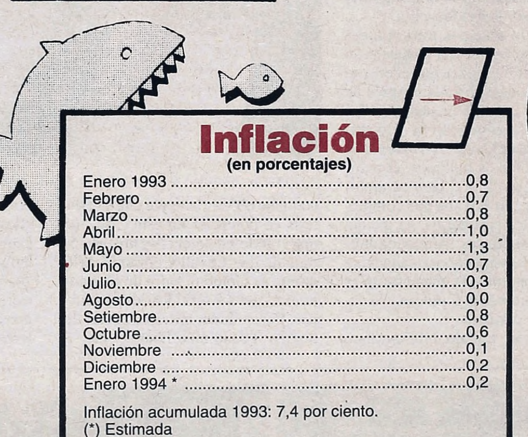
Dólar
(Cotización en casas de cambio)

Viernes anterior	**0,9980**
LUNES	0,9980
MARTES	1,0000
MIERCOLES	1,0000
JUEVES	1,0000
VIERNES	1,0000
	+ 0,2%



Acciones

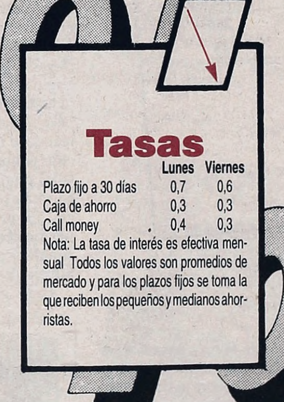
	Precio (en pesos)		Variación (en porcentaje)		
	Viernes 14/1	Viernes 21/1	Semanal	Mensual	Anual
Acindar	1,22	1,225	0,4	7,0	7,0
Alpargatas	0,92	0,948	3,0	9,6	9,6
Astra	2,42	2,67	10,3	18,1	18,1
Atanor	0,675	0,57	- 15,6	42,5	42,5
Bagley	5,60	5,30	- 5,4	7,1	7,1
Celulosa	0,323	0,31	- 4,0	26,5	26,5
Comercial del Plata	7,15	7,80	9,1	11,4	11,4
Siderca	0,61	0,645	5,6	15,2	15,2
Banco Francés	12,90	13,95	8,1	9,8	9,8
Banco Galicia	10,10	10,57	4,7	5,2	5,2
YPF	25,75	26,90	4,5	3,9	3,9
Indupa	0,422	0,42	- 0,5	23,5	23,5
Ipako	1,15	1,17	1,7	37,7	37,7
Ledesma	1,49	1,52	2,0	11,0	11,0
Molinos	13,50	13,90	3,0	8,6	8,6
Pérez Companc	6,38	6,58	3,1	5,3	5,3
Nobleza Piccardo	5,65	5,25	- 7,1	38,2	38,2
CINA (ex Renault)	51,00	55,80	9,4	5,3	5,3
Telefónica	6,97	7,13	2,3	- 2,7	-2,7
Telecom	6,17	6,25	1,3	3,9	3,9
Promedio Bursátil	–	–	**1,8**	**3,9**	**3,9**



Inflación
(en porcentajes)

Enero 1993	0,8
Febrero	0,7
Marzo	0,8
Abril	1,0
Mayo	1,3
Junio	0,7
Julio	0,3
Agosto	0,0
Setiembre	0,8
Octubre	0,6
Noviembre	0,1
Diciembre	0,2
Enero 1994 *	0,2

Inflación acumulada 1993: 7,4 por ciento.
(*) Estimada



Tasas

	Lunes	Viernes
Plazo fijo a 30 días	0,7	0,6
Caja de ahorro	0,3	0,3
Call money	0,4	0,3

Nota: La tasa de interés es efectiva mensual Todos los valores son promedios de mercado y para los plazos fijos se toma la que reciben los pequeños y medianos ahorristas.

POLEMICA

Réplica a una fija

El domingo 16 de enero de 1994 en el suplemento CASH, una nota firmada por Alfredo Zaiat menosprecia los fundamentos del Análisis Técnico, una metodología probadamente exitosa y eficaz para la detección y procesamiento de las tendencias de los mercados. Por ese motivo la utilizan decenas de analistas (comisionistas de bolsa, fondos comunes de inversión, corresponsales de los principales brokers e inversores comunes). El columnista igualó el análisis técnico a ciertas brujerías; y comparó con pronósticos hípicos, utilizando el término "burreros de la timba", a las proyecciones vertidas por "uno de los analistas más conocidos y prestigiosos del mercado: el señor Ramiro Burgos, de *Ambito Financiero*, quien adelantara el valor del índice MerVal para noviembre en 1067 puntos, basándose únicamente en la lectura de los gráficos de desarrollo e indicadores que emanan de la consideración de los precios de las acciones". Es oportuno que el autor de tan desmedidas expresiones, seguramente basadas en un total y absoluto desconocimiento, y sus desprevenidos lectores, conozcan la verdad:

1) No hay barandistas timberos irresponsables en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, ni en ningún otro prestigioso mercado del mundo, sino inversores serios que con su fluida operativa aportan liquidez a la plaza, asumiendo temporariamente el riesgo de variación de precios con la idea de participar del mercado de capitales, valiéndose del análisis técnico como herramienta, debido a que así obtienen mejores resultados.

2) En enero de 1993, basados en la misma metodología técnica, fuimos capaces de anunciar los valores actuales de 620 puntos, cuando el MerVal estaba en 300 y en medio de una baja sin precedentes.

3) Cuando Celulosa valía 22 centavos y una porción de su paquete accionario era vendido, nosotros anunciamos que su objetivo era 34 centavos para mediados de enero.

4) La mayoría de los profesionales de la City, que según el artículo no nos toman en cuenta, son en realidad nuestros mejores clientes.

5) Nosotros dijimos que Siderca cotizaría sobre los 60 centavos cuando valía 38 centavos.

6) Cuando YPF valía 18 pesos en baja, nosotros la proyectamos a 29, allí una corrección, y luego otra suba hacia 32 pesos.

7) En estos momentos el crudo vale 15 dólares; nosotros ofrecemos el anuncio mundial de una suba del petróleo a 18,20 dólares el barril.

8) Nosotros sabemos que el análisis técnico es muy útil, eficaz, necesario y mundialmente reconocido y estamos capacitando y asesorando a tanta gente todos los días que nos enorgullecemos de no dar abasto.

Ramiro Burgos, analista de Assets SA

N. de R.: Resulta imprescindible aclarar, por respeto a los lectores y a la rigurosidad intelectual, que:

1) En *El Buen Inversor* de la semana pasada no se utilizó el término "burreros de la timba", ni se mencionó al "prestigioso analista Ramiro Burgos", ni se definió "barandistas timberos irresponsables". Esas precisiones son responsabilidad del señor Burgos.

2) En la nota en cuestión no se "menosprecia" el análisis técnico, sino que se llamó la atención de tan minuciosa estimación (1067 puntos del MerVal para noviembre) en un mercado que no se caracteriza por su previsibilidad.

3) El análisis técnico, reafirmo, es una herramienta –controvertida– para tomar decisiones, pero no sirve cuando es asumido como dogma.

4) El señor Burgos menciona sus supuestos aciertos. Sería interesante que también recuerde por respeto a los lectores sus proyecciones optimistas de mediados de enero de 1993, cuando el MerVal tocó un máximo de 474 puntos y luego se derrumbó a 359 el 18 de febrero.

5) Y, por último, una aclaración: YPF nunca cotizó a 18 pesos; su precio mínimo fue de 19,25 el 19 de julio del año pasado.



Bónex en dólares

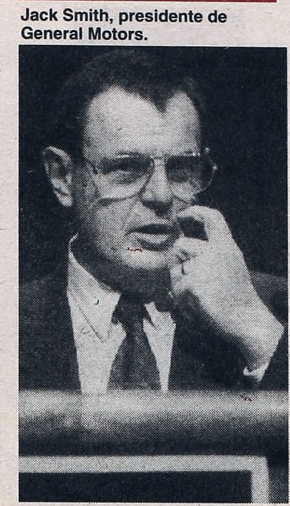
Serie	Precio Viernes 14/1	Precio Viernes 21/1	Variación (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
1984	99,00	99,00	0,0	0,6	0,6
1987	96,50	96,70	0,2	- 0,4	- 0,4
1989	92,50	92,50	0,0	0,1	0,1

Nota: Los precios son por las láminas al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.

MUNDO

POR DANIEL SOSA

Fue otro año en rojo para General Motors, la fábrica de autos más grande del mundo. Pero la tendencia cambió y para levantar cabeza los managers de la compañía planean ampliar la racionalización emprendida con el despido de 67 mil trabajadores en el próximo trienio.



Jack Smith, presidente de General Motors.

Crisis sobre ruedas (III)

EL GIGANTE SE AJUSTA

La mayor corporación industrial del mundo –la fábrica de autos General Motors, primera de Estados Unidos y cuarta de Europa– está empezando a salir de sus problemas. Y para ser honesto, el *chairman* de la firma, Jack Smith (55 años, 32 en la empresa) no atribuye el repunte sólo a los cambios que él introdujo en un año de gestión: "La diferencia de calidad (con los vehículos japoneses) es cada vez menor; además, el hecho de que el valor del yen haya aumentado es otro de los factores del cambio de tendencia del mercado".

Por cierto, muchos creen que mientras se expande en otros mercados (por ejemplo, acaba de firmar un acuerdo para construir una fábrica en Rusia con capacidad de producción de 300 mil autos anuales) la GM está perdiendo una oportunidad de oro para resituarse en el espacio local que perdió a manos de los nipones hace una década. El yen fuerte elevó el valor de los autos orientales y retrajo la participación de Honda y Toyota. El problema es que quienes mejor aprovechan la situación son Ford y Chrysler, que gozan los frutos de sus duras reestructuraciones, mientras General Motors todavía sufre con su costosa estructura vertical y el lento desarrollo de nuevos productos.

Desde el Saturn hasta el Cadillac Seville, la GM tiene algunos productos de buena venta. Pero la falta de gracia en proyectos como los actuales Chevrolet Lumina y esbozos pesados del tipo del Chevy Caprice ocasionan grandes lagunas. Por lo demás, los japoneses introducen nuevos modelos cada 4 o 5 años contra 8 de la líder norteamericana. Y hará falta mucho para dar una solución a áreas problemáticas como las de Chevrolet y Oldsmobile.

Queda por delante además el tema laboral. Smith quiere deshacerse de 67 mil de los 334 mil empleados de la empresa en el próximo trienio. Por eso garantiza 4 mil millones de dólares para cubrir los beneficios de desempleo hasta 1996 (8 mil millones hasta el 2000). Y negocia con el sindicato mayor flexibilidad para transferir a los operarios a las fábricas en las cuales son más necesarios.

El camino del superjefe comenzó con la simplificación de la estructura de la North American Operations (NAO), siguiendo un mapa que le sirvió para transformar a la filial europea en la joya de la corona de la compañía a fines de los 80. Smith había auxiliado a concebir el plan que su predecesor, Robert Stempel, pretendía aplicar en un año y medio. Pero cuando éste sufrió el "golpe de Estado" que lo derrocó hace quince meses, la transformación fue inmediata.



Chevrolet, Cadillac, Oldsmobile, Pontiac y Buick todavía existen como organizaciones de marketing. Pero ahora producción, proyectos y compras están bajo un mismo paraguas. Y la nueva sede de la NAO se trasladó del edificio de 14 pisos en el centro de Michigan a un predio en el amplio campus de GM en el suburbio de Warren. El cambio significó una drástica reducción del staff de la corporación de 13.500 a 2500 personas.

Y los 71 mil empleados administrativos que le quedaron a la empresa después del despido de 20 mil en los últimos dos años podrían estar todavía un 25 por ciento arriba de lo que la empresa necesita realmente, según algunos consultores.

Además de estos aspectos, el siguiente es un resumen de lo que Smith hizo y de lo que se propone hacer:

• COMPRAS: creó una oficina única para sustituir 27 departamentos separados. Redujo en 4 mil millones la cuenta anual de la compañía en la materia.

• PRODUCTOS: eliminó 8 modelos de la hinchada nómina de 62 que tenía la empresa sin que ese proceso haya terminado. Consolidó en 10 las 18 plataformas (estructura básica para la fabricación de varios modelos) de autos y camiones.

• TAXIS: redujo en 27 por ciento las ventas no lucrativas para flotas de alquiler.

• ACTIVOS: se desprendió de negocios no esenciales –por caso, una planta de limpiaparabrisas– y obtuvo 2 mil millones de dólares.

• PRODUCTIVIDAD: los despidos de operarios apuntan a equiparar el costo por vehículo que fue el año pasado 486 dólares mayor que el de Chrysler y 795 por encima de Ford.

• PIEZAS: la GM precisa dinamizar las operaciones o librarse de ellas. El 70 por ciento de los componentes es de fabricación propia en comparación con 30 de la Chrysler.

• TERCER TURNO: la modalidad de trabajo continuo aplicada en la planta de Oshawa, Ontario, está siendo probada como tabla de salvación también en dos plantas norteamericanas (la de Saturn, en Tennessee, y la de Lodstown, Ohio) y otras dos europeas. Esto permitirá consolidar la producción en 22 o 24 fábricas en vez de las 29 que operan en América del Norte en este momento.

De todos modos, dicen algunos críticos, General Motors todavía está a años y miles de millones de dólares de distancia de la introducción de productos realmente competitivos en los segmentos de demanda popular. Y si no revierte esa pérdida de participación en el mercado no habrá necesidad de producir autos durante las 24 horas del día.

(III) Esta es la tercera nota de la serie sobre la reconversión de la industria automotriz mundial. Las anteriores aparecieron el 5 de diciembre y el 16 de enero.

PERIPLO

JAPON. La fortaleza del yen está llevando a los empleadores japoneses a transferir producción adonde la mano de obra es más barata. Los fabricantes de autos, por ejemplo, están elevando sustancialmente su producción en el exterior. El mayor de ellos, Toyota, anunció que en 1993 produjo en el exterior un 17 por ciento más que el año anterior. Simultáneamente su producción en el archipiélago bajó un 9 por ciento.

DESEMPLEO. Lo mismo ocurre con los productos electrónicos. La Pioneer, parte del grupo Matsushita, está planeando aumentar su producción en el exterior del actual 30 por ciento del total a 50 por ciento en 1996. Y su competidora Kenwood piensa pasar de 40 a 60 por ciento. El sector ya produce más de la mitad de sus televisores y equipos de audio en el exterior, mientras los productos más sofisticados (cámaras de video y partes de computadoras) probablemente seguirán el mismo camino. La tendencia va a repercutir en los niveles de desempleo –aun bajos, de 2,7 por ciento– como parace anticipar una encuesta oficial según la cual la mitad de las compañías consultadas considera que emplea un número demasiado alto de trabajadores.



(*Por Marcelo Zlotogwiazda*) La pulseada entre Cavallo y los gobernadores alrededor del Pacto Fiscal está teniendo el mismo resultado que las disputas que hubo entre el gobierno argentino y los acreedores externos. El ministro en su papel de Fondo Monetario Interno ha conseguido hasta ahora sus dos objetivos principales: no sólo logró que todas las provincias adhirieran formal o fácticamente (Córdoba), sino además impuso una instrumentación diferente a la que se había acordado. Lo que para Economía es un éxito, para las provincias significa el comienzo de un período de ajuste que va a ser monitoreado desde la Capital Federal con el mismo celo que aplican en Washington para revisar las cuentas argentinas. La única diferencia entre el FMI y Cavallo es que la meta de los primeros era que el país pagara su deuda en efectivo o con empresas públicas, mientras que la de Cavallo es aliviar los costos productivos mediante desgravaciones impositivas para darles más soga a las empresas y al congelamiento cambiario.

Hace bastante que se sabía que tarde o temprano todas las provincias iban a poner la firma. Es muy difícil enfrentar a un poder central que tiene en la manga el mismo tipo de zanahorias (créditos, fondos especiales, etc.) que el FMI con los stand by, y que bien ha demostrado que es capaz de pegarles a los díscolos con garrotes similares a los que utilizaban los acreedores cuando algún deudor se apartaba del carril.

Pero lo que ningún gobernador imaginó es que Cavallo ni siquiera iba a respetar el espíritu de lo que se firmó el 12 de agosto del año pasado, cuando acordaron que iba a primar el criterio del "gradualismo" en la eliminación de Ingresos Brutos provinciales y otros impuestos menores. Los gobiernos provinciales todavía se lamentan no haber exigido ese agitado 12 de agosto una revisión detallada del texto final que hasta último momento escondió el subsecretario de Relaciones con las Provincias, Juan Carlos Pezoa. Si hubieran hecho un examen más detallado del texto, tal vez no se les hubiera pasado por alto que había quedado escrito que el Estado iba a desgravar de aportes patronales a las provincias que "eximieran" el pago de Ingresos Brutos sin ninguna aclaración sobre el gradualismo de esa desgravación.

Tan convencidos estaban de que no era necesario eliminar por completo los impuestos locales para que las empresas radicadas en su territorio pudieran acceder a la desgravación del tributo nacional, que los ministros de Economía de las tres provincias más importantes se pusieron de inmediato a trabajar y terminaron armonizando una rebaja que no eximía por completo a nadie, pero que disminuía las cargas para todo el sector primario e industrial. El cordobés Jorge Caminotti, el bonaerense Jorge Remes Lenicov y el santafesino Juan Carlos Mercier habían definido una rebaja de alícuotas uniforme en las tres provincias: del 1,5 al 1 por ciento para la industria, del 1 al 0,5 por ciento para el agro y las actividades extractivas, y del 5 al 2,5 por ciento para el spread de los bancos y las compañías de seguros; la construcción y el comercio mayorista quedaban en 2,5 por ciento, y el comercio minorista subía del 2,5 al 3,5 por ciento. La idea, como explicó Caminotti, era utilizar los fondos adicionales de la etapa minorista para repartir a todo el resto por igual.

Pero una vez más se vieron sorprendidos por Cavallo. Primero, con la definición inconsulta del mapa con los porcentajes de rebaja de aportes por provincias y localidades. Y lo más fuerte vino en el decreto de fin de año, que limitó la rebaja de aportes sólo a las actividades totalmente desgravadas de Ingresos Brutos: ¡Minga de gradualismo!

El miércoles pasado el ministro volvió a poner en evidencia el sentido de ese condicionamiento: "Si hay algún empresario que no quedó satisfecho que vaya a reclamarle a los gobernadores". Pero mucho mejor lo explicó el delegado que Cavallo puso en el Ministerio del Interior, y que desde la Secretaría de Asistencia para la Reforma de las Economías Provinciales juega y jugará el mismo rol que los inspectores del FMI. En un seminario que tuvo lugar el 21 de diciembre, Juan Antonio Zapata dijo que "lo que buscamos es crear un mercado, donde nosotros fijamos la regla general para que en función de eso los empresarios compitan en sus provincias para obtener los beneficios". Aunque no lo dijo expresamente, se refería a crear un "mercado de presiones". La lógica subyacente es que esas presiones conseguirán adelantar el cronograma y consecuentemente anticiparán la tan necesaria devaluación fiscal.

La única protesta que atinaron a hacer las provincias se fundamentó en que el "todo para pocos" tiene mucho más riesgo inflacionario que el "poco para todos": 1) Porque el esquema de Cavallo terminaría (como lo hizo) beneficiando a los sectores más castigados por la competencia externa (papel, siderurgia, petroquímica) que son los más oligopolizados; y 2) porque en el esquema de Cavallo seguramente habrá remarcación al final de los encadenamientos productivos que no fueron desgravados ni en la etapa primaria ni en la secundaria y que, como todos, pagará más Ingresos Brutos en la etapa minorista. Pero Cavallo ni les prestó atención.

Ahora, a las provincias les queda sólo una batalla. Al menos ninguna de las tres grandes está de acuerdo con el proyecto de Tacchi para sustituir Ingresos Brutos por un nuevo Impuesto a las Ventas Minoristas de aplicación provincial. Entre otras cosas, porque es un impuesto atomizado en los comercios y por lo tanto muy difícil de fiscalizar, y porque aseguran que la alícuota necesaria para mantener la recaudación no es del 3,5 al 4 por ciento como dijo en ese seminario el secretario de Ingresos Públicos, sino de por lo menos el 7 por ciento. Y es por eso que ya tienen cocinado un proyecto alternativo con la forma de un IVA provincial. En vista de los antecedentes, no hay mucho que pensar si de apostar por el ganador se trata.

BANCO DE DATOS

CERVECERIA

La Compañía Industrial Cervecera fue la que rompió el fuego este año en cuanto a empresas que aspiran a cotizar en Bolsa. Las acciones de esta cervecera radicada en Salta hicieron su debut en la primera semana de enero a un precio de 9,70 pesos por acción. Los 26 mil papeles que se pusieron en venta mediante remate, a través de Metrocorp Sociedad de Bolsa, fueron transferidos luego de una intensa puja entre casi una docena de interesados. Se lo llevó finalmente el agente Pedro Laborde, a un valor que se ubicó un 115 por ciento por encima del precio base de 4,50 pesos. La colocación significó un ingreso de un poco más de un cuarto de millón de pesos para la Compañía Industrial Cervecera. Esta tiene su área de actividades en el noroeste del país y comercializa la cerveza que produce bajo las marcas Salta y Espiga de Oro. Además, participa en el mercado de agua mineral con el 2,4 por ciento del negocio, a través de la marca Palau. La empresa comenzó a operar en 1960 y en 1982 pasó a ser manejada por Yalder, controlada por el grupo chileno Luksic, holding dueño del Banco O'Higgins y Lucchetti, entre otras compañías. Actualmente este holding posee el 96 por ciento de la empresa y su lanzamiento al mercado de capitales, decidido por el directorio el 17 de agosto de 1992, tuvo como objetivo conseguir financiamiento para encarar su ambicioso plan de inversiones. Según los estados contables cerrados al 30 de setiembre de 1993, la cervecera tiene un patrimonio neto de 9,7 millones de pesos y una ganancia –en nueve meses de ejercicio– de 774 mil pesos, 9,1 por ciento de su facturación.

TELEFONICA

La compañía de teléfonos informó que recibió la confirmación de las autoridades uruguayas sobre la adjudicación de un segundo sistema completo de telefonía celular móvil. Telefónica participó con 40 por ciento en el grupo ganador, que también tiene a Telecom entre los socios, con el 30 por ciento del paquete.

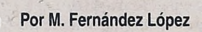
MERCEDES BENZ

La terminal alemana invertirá 100 millones de dólares para la producción en el país de un vehículo utilitario de transporte de personas y cargas. La iniciativa comenzará a concretarse en marzo y será progresiva hasta la producción en serie de la nueva unidad en 1996. La producción anual será de 15.000 a 20.000 unidades y el 80 por ciento se exportará.

CITI-MACRO

El Citibank se retiró de la sociedad de bolsa que integraba junto al Banco Macro y Finmark. El divorcio se concretó el 28 de diciembre del añopasado y, a partir de entonces, cada uno de los socios empezó a operar independientemente en el mercado bursátil. Esta sociedad se había formado hace algunos años, cuando el negocio en el recinto empezó a adquirir mayor importancia en la City, y cada una de las entidades aportó una acción del Mercado de Valores, papel imprescindible para operar directamente en la rueda.

EL BAUL DE MANUEL



Por M. Fernández López



Vos: ¿qué piel curtís?

La piel del primer animal grande por él muerto fue, según Smith, la primera ropa del hombre. Para vestirse el hombre debió dominar dos técnicas: caza y curtido, complementos mutuamente indispensables. Ellas dan lugar, entre los esquimales, a una división familiar del trabajo: el adulto caza; las mujeres y ancianos mastican las pieles hasta darles suavidad. En la tarea común cada uno afirma y pone en juego su inserción social: el cazador su vida, la mujer su utilidad para el hogar, el anciano su permanencia en el grupo. Una piel, pues, vale mucho. Otros escenarios repiten esa estima por las pieles: ¿cuánto valor económico no habría en los millones de cabezas de ganado cimarrón que pastaban libremente en los campos bonaerenses del siglo XVIII? Su caza, para beneficiar la piel, motorizó las vaquerías. La carne, para la que no existía técnica de conservación, se desperdiciaba. A Smith, que quizá no comió un bife de chorizo en toda su vida, le asombraba que toda la carne de un animal se abandonase, por tomar de él sólo la piel; y a Marx le valió el caso como metáfora de la especialización extrema en el maquinismo: desarrollo humano unidimensional con mutilación de otras posibilidades.

Pero la gran cantidad de pieles que podían obtenerse en la pampa con el mero trabajo de capturar animales y desollarlos, tenía como contrapartida negativa el desconocimiento de métodos de conservación de la piel –salvo la salazón– y la ausencia en estos lares de maestros curtidores. Manuel Belgrano, en 1802, propuso importar curtidores irlandeses, o enviar a Europa jóvenes becarios a aprender el oficio. Ocioso es aclarar qué suerte corrió esta iniciativa industrialista en un mundo colonial. El mismo, en el Consulado de Buenos Aires, promovió premiar a quien descubriera un procedimiento para conservar pieles, lo que tentó a Tadeo Haenke, científico bohemio radicado en estas latitudes.

Por experiencia europea se conocían taninos extraídos de corteza de encinas y olmos, del hollejo de la uva. Pero no eran de fácil aplicación. Curiosamente, por muchos años se ignoró que en el propio virreinato existía la más rica fuente de tanino de todas las especies arbóreas, el quebracho colorado chaqueño.

La historia merece recordación, por celebrarse en Buenos Aires la Asamblea Mundial para la Conservación de la Naturaleza: la provincia de Santa Fe colocó en 1872 un empréstito en una firma de Londres; a poco, impedida de atender el servicio financiero, el gobierno cambió deuda externa por patrimonio público, ofreciendo al acreedor explotar un 12 por ciento de la provincia. Sabido el prodigioso rendimiento en tanino del quebracho colorado chaqueño, y ante la segura expansión del mercado de tanino, los ingleses pidieron los bosques de quebracho colorado –la cuña boscosa–. Como acreedores del Estado, obtuvieron las tierras con *jus utendi, fruendi et abutendi*, entendido el tercero como *derecho a desnaturalizar, degradar o destruir* (Código Civil argentino). En 1906 secreó *La Forestal*, que llevó a cabo el exterminio del quebracho colorado a través de la tala total, que inhibe reproducir la especie. Una vez más, la empresa privada, dejada en libertad de disponer de la naturaleza, repite los mismos resultados: tala de bosques, envenenamiento de ríos, polución de la atmósfera. Por desgracia, ésa fue la política ambiental de la Argentina en el pasado y la que aún hoy practica, con mayor convicción que nunca.

Señor ministro

La "eficiente" gestión de los ministros de Economía Alvaro Alsogaray, Eustaquio Méndez Delfino y José Alfredo Martínez de Hoz, cumplida entre 1962 y 1963, se mide por estos frutos: 7 por ciento de caída en el PBI y 8 por ciento en la producción industrial en dicho período, 9 por ciento de desempleo en el cordón industrial bonaerense, 45 por ciento de capacidad productiva no utilizada, la participación asalariada en el PBI reducida al 36 por ciento y una deuda externa de 3 mil millones de dólares, la mitad exigible a corto plazo. La posición neta de divisas a fines del '63 era *negativa* por 400 millones de dólares.

El doctor Illia nombró ministro de Economía a Eugenio A. Blanco, quien fuera decano de la facultad en los días difíciles de 1945.

Formó su equipo casi totalmente con doctores en Ciencias Económicas de la UCR: Félix G. Elizalde, presidente del BCRA; Carlos García Tudero, secretario de Hacienda, A. Concepción, Industria y Minería; B. Grinspun, Comercio. El Consejo Nacional de Desarrollo, presidido por el ingeniero Roque Carranza, apoyaba técnicamente al equipo económico, preparaba el primer plan de desarrollo a largo plazo, y contaba entre sus técnicos a Enrique Folcini, Alberto Fracchia, Juan V. Sourrouille, Julio Berlinski Federico J. Herschel, Clemente Panzone, Richard Mallon, Geoffrey Maynard, W. van Rijckoghem y otros.

Blanco y su equipo encararon la recesión dando crédito para empresas trabajo-intensivas, o para regularizar deudas impositivas y previsionales, seleccionando importaciones, convirtiendo depósitos en dólares a depósitos en pesos, aplicando el crawling peg, no renegociando la deuda externa, congelando las vacantes en la administración pública y aplicando por primera vez un programa monetario.

En 1964 falleció Blanco. A quienes actuábamos en la Facultad de Ciencias Económicas nos conmovió, por ver en él a un auténtico representante de la profesión. El 19 de agosto asumía nuevo ministro, un tandilense que, para asombro de muchos, se declaraba no ser un experto en economía, sino simplemente un político. Carlos Pugliese mantuvo el equipo de Blanco. En sus 22 meses de gestión su estrategia fue exitosa: el PBI creció un 9-10 por ciento anual, y el sector industrial a un 12-15 por ciento. El desempleo bajó del 9 al 6 por ciento. La participación asalariada en el PBI subió al 41 por ciento. La deuda externa se redujo a 2,6 mil millones de dólares a fines de 1965 y en junio del '66 la posición neta de divisas ascendía a 100 millones de dólares. La inversión privada en equipo durable creció un 13 por ciento en 1964 y un 5 por ciento en 1965.

Se ha dicho que la economía es demasiado compleja como para dejarla en manos de los economistas. Cierto o no, la exitosa reactivación del '64 al '65, muestra que la presencia de un economista en la conducción económica no es un *sine qua non*, que no hay ministros de economía providenciales sin cuya presencia todo se desplome; que es posible un equipo económico no mafioso –basado en la lealtad a un jefe–, y sí fundado en la adhesión a principios solidarios y democráticos; que arreglar las cuentas públicas no implica rematar a mejor postor el patrimonio público, ni una política de ingresos tiene que reducir la participación salarial en el PBI o excluir a buena parte de la sociedad del acceso a los bienes y servicios más indispensables; y, por último –como Pugliese decía– que es posible conducir la economía a partir del corazón y no del bolsillo.